

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 033 ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER» DE LA CONSEJERÍA DE SERVICIOS SOCIALES Y GOBERNANZA PÚBLICA

1. Objeto del contrato.

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas tiene por objeto establecer y fijar las condiciones técnicas que regirán la contratación de un servicio de compra de espacios y post-evaluación de la campaña de publicidad institucional CP 21 033 “Eliminación de la violencia contra la mujer” de la Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública.

2. Definición y descripción del contrato.

El objeto del contrato de difusión publicitaria comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridas:

- a) La elaboración de una táctica de medios para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.
- b) La contratación de los espacios publicitarios propuestos por el Gobierno de La Rioja según los porcentajes de audiencias y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad. Esta contratación comprende la función de intermediación entre el Gobierno de La Rioja y los soportes contratados en lo referente a la distribución y entrega de las creatividades y artes finales; así como la correspondiente obligación de velar por la correcta inserción en los soportes propuestos.
- c) La post-evaluación del plan de medios propuesto en el presente pliego de prescripciones técnicas.

3. Descripción de la campaña de publicidad.

La violencia contra las mujeres es una violación de los derechos humanos tales como el derecho a la vida, a la libertad, a la seguridad, y a no ser sometida a torturas o tratos crueles, inhumanos o degradantes. Así mismo, la violencia contra las mujeres es una forma de discriminación (Convención de las Naciones Unidas sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer de 1979 y Convenio del Consejo de Europa de 11 de mayo de 2011 sobre prevención y lucha contra la violencia contra la mujer y la violencia doméstica).

Desde que las Naciones Unidas comenzaron a trabajar en pro de la igualdad y en contra de la violencia de género, las violencias que sucedían tanto en el hogar y/o en la pareja como fuera de ella, en la sociedad,

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-3.03-0056/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0955310		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



Gobierno de La Rioja

dejaron de ser consideradas como una cuestión privada y pasaron a formar parte de las agendas políticas, implicando a los Estados en su abordaje y resolución.

Fue la ONU la que reconoció que los derechos de las mujeres son derechos humanos universales y proclamó que la violencia contra las mujeres es incompatible con el principio de dignidad humana. A partir de aquellos años, los 70 y los 80, se fue produciendo una amplia normativa que reconocía formalmente los derechos de las mujeres y establecía recursos para su recuperación integral, principalmente a través de convenciones internacionales que suscribían los Estados y posteriormente y, en algunos países, de forma simultánea, a través de la legislación interna propia de cada Estado, en consonancia con la normativa internacional.

En este contexto, las Administraciones Públicas debemos trabajar para prevenir y desterrar la violencia de género de nuestra sociedad fomentando la igualdad de mujeres y hombres con el fin de fomentar una sociedad más igualitaria libre de violencia de género.

3.3. Públicos objetivos

La campaña va dirigida a la población en general, a toda la sociedad. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en **316.197** personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

*Datos del IER a 1 de enero 2021

4. Contenido de las prestaciones.

De conformidad con el apartado 2, en el que se detalla la descripción de los servicios previstos en el contrato de difusión publicitaria, las prestaciones que comprende el contrato serán las siguientes:

4.1. La elaboración de una táctica de medios, que supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional.

Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos que en este pliego se detallan, y que según la estrategia publicitaria del Gobierno de La Rioja y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña, se detallan a continuación, en la tabla de soportes, formatos e inversión, determinando los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN.

a) Prensa escrita.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-3.03-0056/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0955310		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					



**Gobierno
de La Rioja**

Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	25% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		53% - 56% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		26% - 29% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		12% - 15% del porcentaje del sector.

b) medios radiofónicos.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 2º acum. para La Rioja L-V		11% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	53% - 56% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance		EGM		8% de inversión

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-3.03-0056/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0955310		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



Gobierno de La Rioja

autonómico		2º acum. para La Rioja L-V		publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		16% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		46% - 49% del porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-3.03-0056/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0955310		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					



	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		28% - 31% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		13% - 16% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		1% - 4% del porcentaje del sector.
Diaros digitales temáticos regionales		OJD Interactiva		1% de la inversión publicitaria prevista
	Primer medio digital temático regional	OJD Interactiva		90-100% de la inversión publicitaria prevista

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta agosto 2021

d) Publicaciones en RRSS digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general y temática		Tasa de alcance por publicación		3% de la inversión publicitaria prevista

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-3.03-0056/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0955310
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	42% - 45% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	31% - 34% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram		post	9% - 12% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática de ocio y cultura con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram.		post	6% - 9% del porcentaje del sector.

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			36% sobre la inversión publicitaria prevista
	Carteles 50 x 70: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de un mínimo de 1000 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g. Distribución y colocación en: <ul style="list-style-type: none"> - Puntos habituales de 	Unidades	3% - 6% sobre el porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-3.03-0056/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0955310
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



	Logroño y cabeceras de comarca.		
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús • 2 autobuses Colocación y retirada de vinilos.		1% - 3% sobre el porcentaje del sector
	Autobús urbano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para 15 espacios en laterales y trasera en un mínimo de 15 autobuses Colocación y retirada de vinilos.		43% - 46% sobre el porcentaje del sector
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Colocación en un mínimo de 40 mupis de Logroño durante 15 días Producción y colocación	Unidades	37% - 40% sobre el porcentaje del sector
	Pantallas Digitales: Contratación mínima de 3 Scroller Digital durante 15 días.	Unidades	2% - 5% sobre el porcentaje del sector.

4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios.

La empresa adjudicataria asume la función de intermediación entre el Gobierno de La Rioja y los soportes

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-3.03-0056/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0955310
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



Gobierno de La Rioja

contratados en lo referente a la distribución y entrega de las creatividades y artes finales; así como la correspondiente obligación de velar por la correcta inserción en los formatos o espacios publicitarios contratados.

Al término de la prestación del servicio, la empresa deberá aportar los justificantes de la actividad publicitaria y órdenes que le han sido emitidas por la compra de espacios en soportes publicitarios.

El Gobierno de La Rioja y la empresa adjudicataria coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria y posibles cambios. El primero entregará a la segunda el conjunto de creatividades gráficas y sonoras para la correcta ejecución y desarrollo de la actividad publicitaria.

La empresa adjudicataria asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores, si fueran propios, de las inserciones publicitarias sin que ello supusiera un coste adicional para el Gobierno de La Rioja.

4.3. Post-evaluación de la táctica publicitaria.

La empresa presentará un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria, en el plazo de 15 días naturales desde el término de la campaña. Este informe contendrá las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia, siempre que sean posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados y las variables relativas a los análisis de rentabilidad: coste por mil y el coste por ranting point. Este último, en el caso de poder determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

5. Obligaciones del adjudicatario.

1. La empresa asumirá todas las operaciones comerciales, administrativas y mercantiles relacionadas con la contratación de espacios publicitarios, de acuerdo a la táctica publicitaria propuesta.
2. La empresa cumplirá con el plan de medios especificado. En caso que hubiera algún contratamiento, la empresa lo consultará previamente con esta oficina.
3. El Gobierno de La Rioja se reserva el derecho a modificar la programación y duración de la táctica publicitaria, siempre que las modificaciones no incurran en un incremento del coste para la empresa.
4. La empresa deberá abonar el importe debido a los medios de comunicación contratados, en un plazo máximo de 5 días hábiles, a partir del día de pago de la correspondiente factura por parte de la Administración; pudiéndose requerir por aquélla, justificante del pago realizado en cualquier momento tras la finalización del plazo indicado. La empresa deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
5. La campaña debe enmarcarse preferentemente **del 15 al 30 de noviembre de 2021** (ambos inclusive)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-3.03-0056/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0955310		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



**Gobierno
de La Rioja**

6. La empresa presentará, antes de ejecutar la campaña en un plazo máximo de 24 horas desde la formalización del contrato, la “Táctica de medios” en la que se señalen:
- a) Los sectores y soportes publicitarios incluidos.
 - b) Los formatos publicitarios, las cantidades y el coste unitario por formato incluidos en la táctica propuesta. En el caso de que las negociaciones con los soportes condujeran a la obtención de algún descuento sobre tarifa, deberá especificarse el porcentaje de descuento obtenido y el coste unitario final, una vez aplicado citado descuento.
 - c) El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA).
 - d) La programación y la duración de la táctica publicitaria en cada uno de los sectores y soportes publicitarios propuestos. Está información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-3.03-0056/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0955310	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				